



¿Qué has aprendido en tu trayectoria?

Martha Cambre

A veces los caminos de la vida nos llevan por lados que nunca hubiéramos soñado, y en ese caminar aprendemos mucho, descubrimos capacidades que no pensábamos podíamos tener, conocemos personas increíbles, nos equivocamos, soñamos con ideas que van más allá de nuestras posibilidades, y el ciclo vuelve a empezar. Eso es parte de lo que descubrí cuando, sin buscarlo específicamente, ingresé a trabajar en un proyecto muy nuevo en mi país, un centro interactivo de ciencias recién abierto por el Laboratorio Tecnológico del Uruguay. Llegué con mi título de ingeniera química casi recién horneado de la facultad, y muchos sueños bajo el brazo. En 1996 en Montevideo, un proyecto de museo de ciencias interactivo era algo totalmente innovador. En la universidad no existía nada parecido a la "museología científica", ni siquiera una rama, ni tampoco hubiera sido mi decisión de carrera universitaria la relacionada a la museología, de haber existido. Lo educativo era un tema más cercano, ya que durante mis estudios enseñé química en centros educativos de enseñanza media en comunidades vulnerables, y eso era parte de lo que venía conmigo.

La diferenciación de los términos comunicación pública de la ciencia, popularización de la ciencia, divulgación científica y apropiación social de la ciencia, sigue siendo hoy tema de discusión y debate académico, y, por supuesto, no estaba en mi imaginario ni en mi formación hace ya más de veinte años. Por lo tan-

to, éramos un grupo de ingenieros químicos, civiles, eléctricos, personas relacionadas al diseño fuera del sistema tradicional de museos, pensando cómo hacer que la ciencia fuera más cercana y divertida para el público general. Nuestra carta de presentación era una propuesta diferente, donde la participación activa era la promesa más atractiva y el eslogan más usado "prohibido NO tocar" no dejaba lugar para la duda.

Ahí partió mi "trayectoria" como diseñadora o curadora de exposiciones. Nos sentíamos capaces de "mover el mundo con una palanca", en el sentido de captar audiencias que salían rebosantes de alegría y con gusto a poco. Los museos tradicionales, nos miraban como los recién llegados, y muchos de ellos consideraron que habíamos llegado a "mostrar papelitos de colores y propuestas efímeras" a las audiencias, que sin dudarlo se volcaron masivamente y con alegría a nuestra oferta de ciencia divertida.

El pragmatismo y el sentido común en los primeros tiempos se impusieron sobre otras discusiones o desarrollos académicos, no porque no lo valoráramos sino porque veníamos de otro mundo y el tiempo siempre era nuestro enemigo. Nuestro objetivo primordial era que el visitante se sintiera atraído por la ciencia, y para ello en particular la física nos daba enormes posibilidades de exploración. Desde el inicio estuvo presente la importancia de lo local, buscando rescatar y valorizar lo nuestro; de ahí surge por ejemplo una de nuestras exhibiciones ícono por veinte años "El viaje a la Antártida". El visitante y su experiencia era nuestro *leitmotiv*. Luego con los años, llegó el intercambio con quienes tenían una trayectoria académica más larga, accedimos a formación académica más específica y comprobamos que lo realizado no estaba tan apartado de lo que la academia venía estudiando. Le pusimos "nombre" a dinámicas o desarrollos que hacíamos sin tenerlos definidos académicamente. Fuimos desde lo empírico a lo académico y aún seguimos explorando esos caminos, mezclando experiencias.

Como somos es un ser, y no es fácil dividirse, mi formación de base me marcó más allá de que nunca tuve la oportunidad de

ejerger como ingeniera química. Los químicos son un poco conocidos porque les gusta "cocinar" pero sin ser chef. A veces tienen mala fama con la cocina, en particular en los últimos tiempos cuando una serie muy popular presenta el caso de un químico "muy buen cocinero", pero sin duda no es lo que hacen los químicos en general. Muchos medicamentos, materiales y procesos son desarrollados o mejorados por químicos para el bien de toda la sociedad. ¿A dónde quiero llegar con los químicos-cocineros? Que en la cocina nos hacen falta recetas y en la química también se usan muchas recetas. Por lo tanto, a mí me encantaría tener la "receta infalible" para realizar una exhibición. Pero, hasta el momento, no tengo novedades de que exista; si alguien la tiene, sería genial que la compartiera, aunque a veces puede ser "secreto de familia".

Pensar en una exhibición nueva es como enfrentarse a la preparación de un gran banquete: no puede haber un solo plato, sino una mezcla de muchos, todos al servicio de un objetivo particular. El banquete puede ser un éxito o un fracaso, todo depende de cómo armemos las mesas y los platos que pongamos a disposición. ¿A qué llamamos éxito? A que nuestros visitantes queden maravillados, se diviertan, piensen y, a su vez, les movamos las estructuras internas para que su espíritu crítico salga fortalecido, se informen, tomen decisiones más fundadas. Si logramos parte de esto, ya podemos sentirnos contentos.

Por eso, buscando recetas para compartir les dejo una básica que nos ha acompañado a lo largo de los años; la hemos ido completando, cambiando ingredientes, modificando proporciones, pero en definitiva la base es la misma.

■ Receta básica para diseñar una exhibición

1. Busca un tema central que te motive, interese a tu público objetivo o sea importante para establecer una discusión en tu localidad.
2. Forma un equipo de trabajo lo más multidisciplinario, multiétnico, polifacético y de edades dispares que tu institución o presupuesto te permita.
3. Consigue apoyo técnico de referentes en el tema que has elegido, siempre que tus posibilidades te lo permitan.
4. Encuentra financiamiento y ten claro cuál será tu presupuesto (porque lamentablemente, nos guste o no, todas las ideas buenas o malas empiezan y terminan de acuerdo con este punto).
5. Mezcla todo lo anterior, van a empezar a salir algunas ideas que habrá que pasar por algún tamiz y, si tienes suerte, podrías agregar el punto 6.
6. Involucra a tu público, antes y/o durante el proceso, realizando y probando prototipos, formando grupos de opinión (siempre ha sido más una declaración de deseo que una realidad en nuestro caso, pero sigue en la receta porque algún día se hará realidad).
7. Ten claro que en algún momento se deben tomar decisiones, ya sea por tiempo, costos o procesos de producción, porque si no el proceso puede ser eterno. Y en ese momento hay que saber quién/quienes toman esa decisión de dónde cortar, qué abandonar por el camino, a qué apostar. En definitiva, qué va a tener nuestro banquete y cuáles serán los platos a servir.

A la mezcla anterior se le debe incorporar:

- a. Sentido común, siempre que sea necesario. Parece algo obvio, pero a veces es un ingrediente poco común y se cotiza bien.

- b. Varias cucharaditas de creatividad. Se puede espolvorear por algunos platos o generar una mezcla base para que no falte en ninguna pieza.
- c. La originalidad. Escasea y es un ingrediente difícil de encontrar. Búscala porque siempre es necesaria, al menos para generar un toque particular, tu característica, tu sello. Hoy parece que todo está inventado, y para quienes estamos de este lado del mundo donde a la vanguardia y a la innovación la corremos de atrás, mucho peor. Pero siempre hay alguna vuelta de tuerca que podemos dar. A veces nuestra originalidad surge porque tenemos que resolver problemas con recursos muy limitados, y ahí se nos despierta otro mecanismo de supervivencia, ¡a no perder las esperanzas!
- d. No te olvides de “los básicos”, si te falta algún detalle, o simplemente ponlos sobre la mesa de trabajo. Aquellas cosas que te han dado resultado con tu público, ya las tienes probadas, ¡úsalas! A veces lo conocido sirve, y por más que pasen los años “los básicos” son eso y están ahí para usarlos. La interactividad manual es uno de ellos, al visitante le gusta participar, tocar, sentir la acción en primera persona. Por eso muchas veces queremos innovar tanto que nos olvidamos de que cosas sencillas siguen dando excelentes resultados. El visitante crece y las audiencias se renuevan, pero, si bien han ido cambiando su forma de ver el mundo e interactuar con él, hay algunas cosas que siguen teniendo la misma vigencia que hace muchos años. No porque ahora estemos en un mundo más virtual todo tiene que ser en computadoras y pantallas, ni tampoco significa que no vamos a usar los nuevos avances de la tecnología (ver punto a).
- e. Pizcas de cartelería. Es cierto que en general la gran mayoría de nuestros visitantes no lee. Podemos innovar y cambiar carteles fijos por pantallas, instructivos en dispositivos móviles o códigos QR, en eso la tecnología es nuestra aliada. Lo

que no podemos hacer es no colocar nada porque la gran mayoría no lee, ya que por mínimo que sea hay un porcentaje que siempre esta ávido de más y ellos también son nuestros visitantes. Ahí podemos apelar a los puntos b y c y buscar las mejores herramientas para combinar estrategias y cumplir con públicos diversos.

- f. Como buena uruguaya que soy, en todo postre nacional el dulce de leche es nuestro principal aliado, un infaltable; en este sentido los mediadores son el dulce de leche del museo. No imagino una estrategia de mediación sin mediadores. El factor humano puede más que cualquier texto de cartel o que cualquier diseño de exhibición autosugestionada, por mejor pensados que puedan estar. La calidez que puede añadir un mediador, la motivación que puede generar en el visitante, no es comparable con otras formas no humanas. Por eso defiendo el factor humano como central para la motivación de los visitantes.

¿Es esta receta garantía de éxito? Sin duda no lo es. A lo largo de estos veinticuatro años hemos tenido muchos "banquetes", unos más exitosos que otros. El "Viaje a la Antártida" no surgió para ser un ícono y, sin embargo, lo fue por veinte años. Tenía la receta, un avión, una experiencia vivencial, ya que se bajaba a una cámara casi a -10°C , y una historia (no se tocaba nada), y la mezcla salió muy bien.

Cuando inauguramos nuestra primera sede permanente pasamos muchos nervios: asistieron el presidente de la República y algunos ministros de Estado, había una calle cortada y media hora antes se nos cayó la conexión eléctrica de todo el lugar. Era un caos, casi un colapso, pero todo volvió minutos antes a la normalidad y sólo quedó en un cuento que sabemos algunos pocos.

Cuando hicimos la exhibición "Respira Uruguay" para promover el control del consumo de tabaco en adolescentes, un simple cartel, que llamamos del "dinero", causó tanta sensación que quedamos todos sorprendidos, porque hablaba de gastos

por día hasta años de consumir una cajita de cigarrillos cada día y qué alternativa se podía hacer de diversión si ese mismo dinero se invertía en otra cosa. Fue un simple cartel cuyos datos fueron tan atractivos que los visitantes llamaban a otros para verlos; ahí “los básicos” con un poco de originalidad.

Otra que llamamos “Curiosos x Naturaleza”, que quería mostrar la importancia de la curiosidad y la investigación, no fue tan popular ni tampoco causó en principio el impacto que habíamos previsto.

El último banquete que nos tocó fue abrir en tiempo récord un nuevo museo: edificio nuevo en menos de un año y 6 meses para pensar toda la propuesta del museo con el mismo equipo de cinco personas; fue una locura total. En octubre de 2019 abrimos al público la propuesta, casi toda renovada: una exhibición sobre el agua como uno de nuestros puntos centrales con un gran audiovisual, producción nacional a la cual le jugábamos todas las fichas. Si bien estamos en etapa de evaluación, no ha tenido hasta la fecha el impacto que esperábamos. Sin embargo, las exhibiciones de física, que fueron las únicas que sobrevivieron a la mudanza y tienen veinte años, la única renovación que recibieron fue en la cartelería, desarrollando el cómic *Los Superhéroes de la Física*, y ha tenido una gran valoración por nuestros visitantes en este último tiempo. Cosas poco entendibles, cuando a veces lo que más se nos reclama es el cambio y luego lo interactivo sigue con gran vigencia.

Seguiremos probando recetas, y esperamos escuchar las suyas.